

BAB III. KESIMPULAN DAN SARAN

Bali merupakan salah satu tempat terbaik di dunia untuk olah raga *surfing*. Gambaran umum kondisi wacana selancar yang telah digambarkan dapat menunjukkan bahwa *surfing* merupakan sebuah "dunia" yang memiliki cara hidup dan peluang tersendiri, termasuk peluang ekonomi. Salah satu peluang ekonomi yang bisa ditangkap dan dikembangkan ialah peluang di bidang fotografi, khususnya fotografi *surfing*.

Berkat dukungan berbagai kondisi yang ada di Bali, maka bentuk-bentuk model bisnis atau layanan jasa fotografi *surfing* yang berkembang adalah 1) *Shooting by Order!* Memotret Sesuai Pesanan Konsumen; 2) *Shooting not by Order*; 3) Afiliasi dan 4) sebagai fotografer Pribadi untuk *Surfer* Professional dan menjadi Kontributor Foto pada Majalah *Surfing*.

Verifikasi di Bali dan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa peluang untuk memasuki ke empat model bisnis tersebut masih terbuka lebar kecuali model bisnis *shooting not by order*. Hal ini sangat sulit dilakukan karena ada semacam regulasi tidak tertulis bahwa hanya masyarakat sekitar pantai saja lah yang berkesempatan untuk melakukan usaha fotografi *surfing* secara permanen. Regulasi lokal tersebut tentu haruslah ditaati dan dihormati guna mencegah munculnya masalah yang tidak diinginkan. Ini berbeda dengan yang kondisi di Pacitan, yang mana kesempatan menjalankan semua model bisnis masih sangat terbuka, mengingat fotografi *surfing* belum berkembang sepanjang pantai Pacitan.

Analisis ekonomi dengan menggunakan *strategy diamond* terhadap fotografi *surfing* menunjukkan lima hal penting yang perlu diperhatikan bagi pemain dalam bisnis ini, yaitu:

1. Elemen *Arenas*, pelaku bisnis fotografi *surfing* harus secara jelas dan tertulis memberikan definisi secara spesifik mengenai kategori produk, segmentasi konsumen, titik usaha yang jelas (area geografis), added value (nilai tambah) yang perlu diartikulasikan secara baik.
2. Elemen *Vehicles*, pelaku bisnis fotografi di Bali perlu melakukan *internal development* melalui penetrasi pasar, pengembangan produk dan diversifikasi usaha.
3. Elemen *Differentiators*, pelaku bisnis fotografer di Bali harus mempunyai artikulasi yang jelas dalam hal diferensiator produk fotografi *surfing* mengingat tingkat persaingan yang tinggi.
4. Elemen *Staging*, perlu melakukan investasi untuk diversifikasi produk yang berkaitan dengan fotografi *surfing*.
5. Elemen *Economic logic*, dengan melakukan pembenahan pada ke empat elemen tersebut diharapkan terjadi peningkatan pendapatan dan efisiensi.

Bali merupakan contoh ideal bagaimana perputaran roda bisnis fotografi *surfing* berlangsung, sementara Pacitan merupakan salah satu contoh lokasi *surfing* yang belum tersentuh bisnis fotografi *surfing*. Indonesia masih memiliki banyak titik lokasi *surfing* yang belum tergarap sebagaimana halnya Pacitan. Untuk itu maka perlu ada tindakan lanjutan untuk mengimplementasikan hasil verifikasi dan analisis kondisi lapangan di Bali ke tempat-tempat lain yang

memiliki potensi bisnis fotografi *surfing*. Dengan cara itu, diharapkan fotografi *surfing* dapat menjadi salah satu pilihan dalam berbisnis fotografi, yang secara bersamaan juga akan menambah khasanah ekonomi kreatif di Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanto, Fajar dan Surisman Marah (2010), *ASPEK PRODUKSI DAN DISTRIBUSI FOTOGRAFI SELANCAR: STUDI KASUS PADA FOTOGRAFER PIPING IRAWAN*, Laporan Penelitian Kelompok, Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta.
- Caves, Richard E. (2000), *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Harvard Univ. Press
- Cralle, Trevor. (2001), *The Surfin'ary: A Dictionary of Surfing Terms and Surfspeak*, Ten Speed Press.
- DCMS (2001), *Creative Industries Mapping Document 2001* (2 ed.), London, UK: Department of Culture, Media and Sport
- E. Jerome McCarthy (1975), *Basic Marketing: A Managerial Approach*, fifth edition, Richard D. Irwin, Inc
- Florida, Richard (2002), *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*, Basic Books
- Hambrick, D. C. (1980). *Operationalizing the Concept of Business-Level Strategy in Research*. *Academy of Management Review*. Vol. 5. No. 4. 567-575.
- Hambrick, D. C. and Fredrickson J.W.. (2001). "Are You Sure You Have a Strategy?". *Academy of Management Executive*. Vol.15. No.4.
- Hamel, G., and Prahalad C. K.. (1993). "Strategy as Stretch and Leverage". *Harvard Business Review*.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Millennium ed. Prentice-Hall, New Jersey.
- Kuncoro, Mudradjad.2010 *Visi Indonesia 2030:Quo Vadis?*, Ilmu ekonomi FE UGM.
- Landry, Charles; Bianchini, Franco (1995), *The Creative City*, Demos
- Langford, Michael John dan Efthimia Bilissi. (2008), *Langford's Advance Photography*, Focal Press, Oxford.
- Lovelock Christopher & Wright Lauren, (2002), *Principles Service Marketing and Management*, Second Edition , Pearson Education, New Jersey
- Mansfield, GM and Fourie L.C.H.. (2004). *Strategy and Business Model-strange bedfellows? A case for convergence and its evolution into strategy architecture*. *S.Afr. J. Bus. Manage*. 35(1).
- Mintzberg, H and Water J.A.. (1982). *Tracking Strategy in an entrepreneurial Firm*, *Academy of Management Journal*. Vol. 25, No 3, 465-499.
- Mintzberg, H. (1987). *Crafting Strategy*. *Harvard Business Review*.

- Mintzberg, H. and Waters J.A.. (1985). *Of Strategies, Deliberate and Emergent*, Strategy Management Journal.
- Porter, Michael E. (1996). *On Competition*. Harvard Business School Publishing.
- Porter, Michael E.(1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press. New York.
- Rangkuti, Freddy. (2001). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robertson, Iain and Derrick Chong (2008). *The Arts Business*. Roulledge, New York.
- Rompas, Rizald Max, (2009) *Garis Pantai Indonesia Terpanjang Keempat di Dunia*, makalah workshop "Persepsi Politisi Terhadap Bidang Kelautan Sebagai Mainstream Pembangunan Nasional", Jakarta
- Simatupang, Togar M, 2008. *Industri Kreatif Indonesia*. Bandung: Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung
- Soedjono, Soeprpto. (2006), *Pot-Pourri Fotografi*, Penerbit Universitas Trisakti, Jakarta.
- Stanton, William J. (1993). *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Erlangga. Jakarta.
- Thompson, A.A., and Strickland III, A.J., 2001. *Strategy Management: Concept and Cases*. 12th ed. McGraw-Hill. Singapore.

Nara Sumber:

- Piping Irawan, 54 tahun. Editor majalah Magic Wave, tinggal di Denpasar, Bali.
- Yayat Hidayat, 36 Tahun. *Surfer* dan pemilik studio Antara Fotografi, tinggal di Pacitan, Jawa Timur.

LAMPIRAN

a. Glosarium

- Arenas* : Menunjukkan tempat dimana bisnis atau industry itu berada, secara spesifik membahas mengenai kategori produk, segmen pasar, area geografi, teknologi pokok yang digunakan, dan fase nilai tambah yang diinginkan di dalam bisnis tersebut
- Bargaining Power of Buyers* : Posisi tawar dari pembeli (sebuah produk atau jasa)
- Bargaining Power of Suppliers* : Posisi tawar dari pemasok (penyedia dari sebuah kegiatan jasa atau produksi)
- Boat shoot* : Istilah dalam fotografi *surfing* untuk menyatakan aktifitas pemotretan yang dilakukan di air dari atas perahu/anjungan yang berada di air
- Capital Requirements and the Ease of Entry and Exit* : Kebutuhan modal dan kemudahan untuk masuk dan keluar dalam sebuah persaingan
- Continuous shooting* : Pemotretan beruntun dalam satu kali eksekusi tombol rana kamera.
- Degree of Product Differentiation* : Tingkat pembedaan produk dibanding dengan produk sejenis
- Differentiators* : Faktor pembeda untuk memenangkan persaingan pasar
- DVD* : *Dissociated Vertical Deviation*. Keping cakram optik yang berfungsi sebagai media penyimpanan file/data.
- Economic Logic* : menciptakan keuntungan sebagai timbal balik dari sebuah fundamental perusahaan dan kemampuan bertahan perusahaan
- f* : Merupakan huruf yang digunakan untuk menyatakan besar bukaan diafragma lensa
- Industry Profitability* : Tingkat keuntungan dalam sebuah industri
- Intensity of Rivalry among Existing Competitors* : Intensitas persaingan diantara pesaing yang ada
- Kamera compact* : Kamera berukuran kecil yang mengutamakan kemudahan dalam pengoperasiannya.

| | |
|--|---|
| Kamera <i>DSLR</i> | : Digital Single Lens Reflex. Jenis kamera yang memiliki sistem kerja (pembidikan dan perekaman) objek melalui satu lensa. Huruf D merupakan digital, yang menandakan bahwa kamera tersebut menggunakan sensor elektronik untuk merekam cahaya. |
| <i>Land shoot</i> | : Istilah dalam fotografi <i>surfing</i> untuk menyatakan aktifitas pemotretan yang dilakukan dari darat |
| Lensa <i>zoom</i> | : Lensa yang jarak titik fokalnya dapat diubah-ubah. Misalnya lensa zoom 100-200 mm. |
| Market Size | : Ukuran pangsa pasar sebuah industri |
| <i>Pace of technological change and innovation</i> | : Kecepatan perubahan teknologi dan inovasi dalam sebuah lingkungan industri |
| <i>Pressure from Substitute Products</i> | : Tekanan dari produk pengganti (yang mempunyai fungsional setara) |
| <i>Scope of Competitive Rivalry</i> | : Ruang lingkup persaingan kompetitif yang terjadi dalam sebuah industri |
| <i>Spot</i> | : Lokasi <i>surfing</i> |
| <i>Staging</i> | : urutan langkah-langkah atau sekuen dari perubahan yang diambil untuk memperkuat pencapaian kesuksesan |
| <i>Swing</i> | : Gerakan menoleh ke arah kiri dan kanan (horizontal) |
| <i>Threat of Entry</i> | : Ancaman masuk (pemain baru dalam sebuah industri) |
| <i>Tilt</i> | : Gerakan menunduk dan mendongak pada kamera (vertikal) |
| <i>Vehicles</i> | : Kendaraan (proses bisnis) seperti apa yang akan di gunakan di arena dimana bisnis itu berada. Kendaraan tersebut dapat melalui pengembangan internal, <i>Joint venture</i> , <i>Licensing/franchising</i> , atau <i>acquisition</i> |
| <i>Verstehen</i> | : Tindakan untuk mengetahui dan memahami suatu gejala atau masyarakat. |
| <i>Water shoot</i> | : Istilah dalam fotografi <i>surfing</i> untuk menyatakan aktifitas pemotretan yang dilakukan dari air, khususnya sambil berenang dan menggunakan pelindung kamera terhadap air |